

Session de feed-back

Les entreprises clientes suisses donnent à leurs fournisseurs de TIC des notes supérieures à la moyenne. L'étude de satisfaction de Computerworld présente les favoris du secteur.



(source: Fotolia/sean824)

La véritable insatisfaction a un autre visage. C'est, en tout cas, ce que révèle le récent sondage réalisé dans le cadre de la septième étude de satisfaction de Computerworld.

Entre le 12 mars et le 16 juillet 2019, plus de 100 dirigeants de PME et de grandes entreprises ont évalué leurs fournisseurs de matériel et de logiciels ainsi que leurs opérateurs en matière de télécommunication, d'Internet et de réseau sur une échelle allant de 0 (pas du tout important ou très mauvais) à 100 (très important ou très bien).

Bien que, sans surprise, un potentiel d'optimisation ait été décelé dans les trois secteurs de l'industrie suisse des TIC, les entreprises utilisatrices ont une fois de plus montré une satisfaction supérieure à la moyenne vis-à-vis de leurs fabricants et partenaires de service dans presque tous les cas.

Les participants au sondage ont évalué leurs fournisseurs dans six catégories différentes:

qualité du produit ou du service, prix, orientation clients, expertise du secteur, conseil avant et support après la conclusion du contrat.

La qualité est primordiale

Exigences

Vous souhaitez réaliser un projet avec une entreprise spécialisée dans les TIC. Quels sont les critères importants pour vous?



Évaluations. 0 = pas du tout important. 100 = très important

Période d'enquête: du 12 mars au 16 juillet 2019. n = 129

Source: étude de satisfaction 2019 de Computerworld



Si l'on examine d'abord de plus près la satisfaction des utilisateurs commerciaux, on constate que les exigences quant à la qualité des fabricants et des fournisseurs ont de nouveau été revues à la hausse. Avec 92 points (contre 89 points l'année précédente), c'est de loin le critère le plus important pour la mise en œuvre de projets TIC.

Cela mérite d'être noté au vu des premiers nuages qui parsèment le ciel du développement économique. Cependant, l'accent mis une fois de plus sur la sensibilisation à la qualité est également surprenant, car les efforts fournis par les entreprises en matière de numérisation sont souvent soumis à une pression considérable sur les coûts.

En revanche, l'importance du support, qui est encore considéré comme élevé, est plutôt compréhensible et, dans la présente enquête, occupe toujours la deuxième place sur l'échelle d'importance avec 86 points. Depuis longtemps, chaque interruption est une interruption de trop et une aide rapide plutôt qu'une file d'attente est l'un des critères déterminants dans le choix des produits et services.

L'accent est ensuite mis un peu plus sur l'orientation clients des fabricants et des fournisseurs, qui a augmenté de deux points par rapport à l'année précédente pour atteindre 83 points. Le conseil avant la conclusion du contrat avec 78 points et les connaissances spécifiques des fournisseurs avec 75 points sont presque aussi importants qu'auparavant pour les projets TIC. Reste à voir combien de temps le prix (72 points) restera la dernière catégorie de priorité dans les entreprises.

En revanche, interrogées sur leurs expériences concrètes par rapport à leurs sources d'approvisionnement, les entreprises utilisatrices locales affirment que les fournisseurs répondaient rarement à leurs attentes manifestement assez élevées. En tout cas, les fabricants, les revendeurs et les sociétés de télécommunications ne sont pas à la hauteur des exigences de leurs clients dans la réalité. Toutefois, ce résumé objectif ne doit pas masquer le fait que les fournisseurs suisses offrent toujours à leurs clients un niveau de satisfaction supérieure à la moyenne.

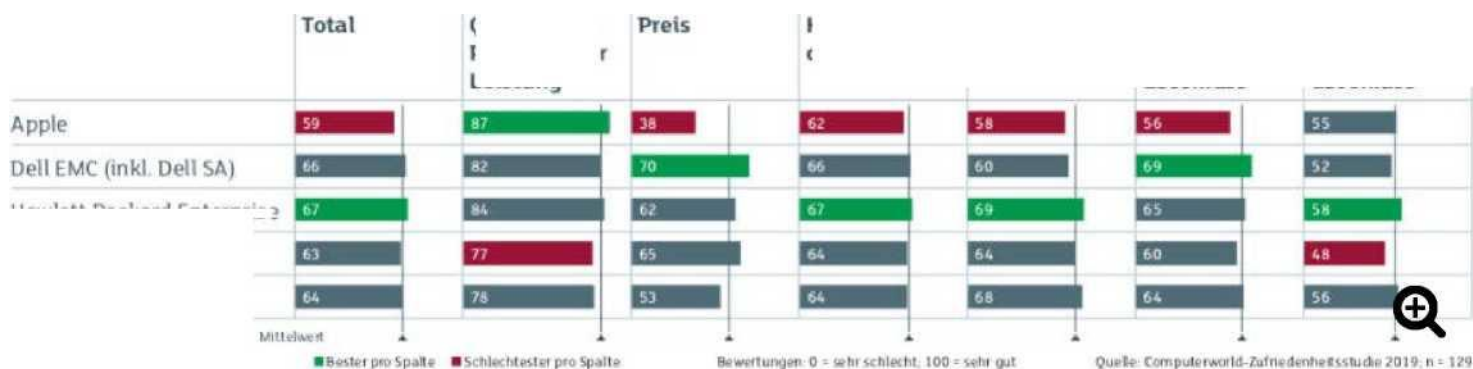
LA MÉTHODOLOGIE

Computerworld a réalisé l'étude de satisfaction 2019 du 12 mars au 16 juillet 2019 par le biais d'un questionnaire en ligne. 129 décideurs y ont participé. Ces résultats reflètent les tendances actuelles au sein de la clientèle nationale des TIC. L'industrie suisse et les moyennes entreprises comptant entre 100 et 249 employés sont fortement représentées (un peu moins de 25% pour chaque secteur). Toutefois, des entreprises plus petites et plus grandes appartenant à des secteurs aussi divers que la finance et les assurances, l'administration publique, la santé et les services sociaux, le commerce et les transports ont également participé avec des taux de réponse statistiquement pertinents. La plupart du temps, la direction s'est occupée de répondre au sondage. 45 % des questionnaires retournés provenaient d'un membre de la direction. Plus d'un répondant sur deux (52) est un décideur informatique (CIO/responsable IT).

Matériel: les fabricants bien notés

Évaluation: fournisseurs de matériel

HPE et Dell EMC dominent le secteur des fabricants de matériel les plus populaires. Apple marque des points grâce à la conception et à la finition de ses appareils



Source: étude de satisfaction 2019 de Computerworld

Il est évident que ces résultats font plaisir aux fournisseurs. Parmi les fabricants de matériel dont les résultats globaux sont assez proches, les premières places sont occupées par HPE (67 points), Dell EMC (66 points) et HP (63 points).

Dell EMC Suisse: «Travailler dur est payant»

Frank Thonüs, General Manager Enterprise chez Dell EMC Suisse, se réjouit «des bons résultats obtenus encore une fois cette année dans l'étude de satisfaction de Computerworld». C'est le résultat du travail quotidien au cours duquel les clients sont placés au cœur des préoccupations. Le personnel consacre «beaucoup de temps pour comprendre leurs défis individuels et élaborer avec eux des solutions sur mesure».

Lorsque Frank Thonüs est interrogé sur les raisons pour lesquelles l'expertise du secteur est moins bien notée, il évoque «l'extraordinaire croissance de l'année écoulée». L'entreprise a investi des sommes supérieures à la moyenne dans le recrutement de nouveaux collaborateurs, qui ont été formés dans le cadre de programmes de formation ciblés et spécialement conçus pour qu'ils acquièrent l'expertise de la technologie et celle indispensable au secteur. «Mais, ajoute-t-il, cette formation demande aussi un peu de temps. Nous sommes persuadés que nos clients nous récompenseront pour cela et que nous compterons également parmi les leaders dans cette catégorie l'année prochaine.»



“Wir investieren massiv in unsere Mitarbeitenden,,

Frank Thonüs, Dell EMC

Même si, selon Frank Thonüs, les notes reflètent la réalité dans l'ensemble, il est plus nuancé quant aux résultats du support (52 points). «Dans cette catégorie, le résultat du sondage ne correspond pas à notre opinion.» Après chaque cas de support, les clients ont été interrogés sur leur satisfaction quant au travail effectué et «ce taux de satisfaction clientèle est relativement stable depuis plusieurs trimestres, entre 92 et 95 % de clients satisfaits». Mais Frank Thonüs ne nie pas qu'il est possible de faire encore mieux.

En dépit d'une excellente note dans la catégorie «qualité», l'entreprise entend «poursuivre l'intégration des différentes gammes de produits de l'ensemble du groupe Dell Technologies, à savoir Dell, Dell EMC, VMware, Pivotal, Virtustream, RSA et SecureWorks». L'objectif est «d'élaborer des solutions qui peuvent être mises en œuvre et gérées encore plus facilement, afin que nos clients puissent augmenter leur agilité et réduire leurs coûts».

HP Suisse: «La formation consacrée au support a porté ses fruits»

Avec 63 points, HP Suisse se situe juste derrière Dell EMC et a obtenu de bons résultats dans les catégories «prix» (65 points), «orientation clients» (64 points) et «expertise du secteur» (64 points). Stefan Nünlist, Computing Category Manager chez HP Suisse, nous rappelle tout d'abord qu'un ordinateur de bureau suisse sur deux provient aujourd'hui de chez HP.

Nous travaillons «en étroite collaboration et avec succès avec un réseau de partenaires expérimentés et très professionnels, afin d'assurer un conseil personnalisé des clients sur place», souligne-t-il pour expliquer leur réussite. «Grâce à la grande continuité de nos échanges avec nos interlocuteurs et à la fiabilité de nos produits, nous marquons des points, et pas seulement dans le cadre de cette étude», ajoute-t-il.



«Notre formation consacrée au support a porté ses fruits»

Stefan Nünlist, HP Suisse

Dans l'ensemble, la qualité des produits est décisive pour le succès de HP. L'objectif est de «faciliter un peu le travail de chacun de nos clients avec notre matériel», poursuit Stefan Nünlist. En conséquence, le matériel professionnel HP est soumis à des procédures de test très poussées. «Les ordinateurs portables à usage professionnel, par exemple, sont certifiés selon les normes militaires strictes. En même temps, une garantie du fabricant de trois ans donne au client un haut niveau de sécurité.»

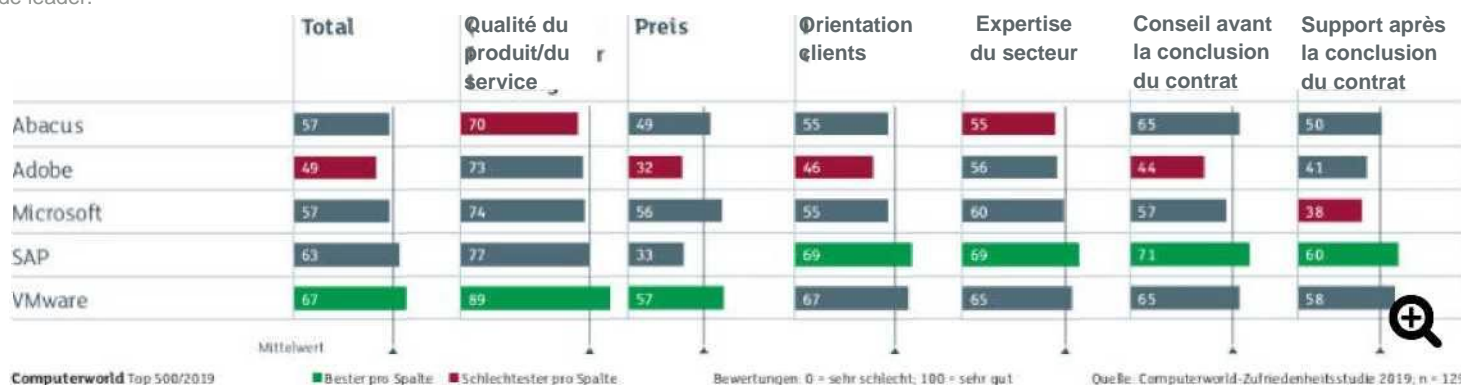
De plus, l'entreprise travaille en étroite collaboration avec ses clients et ses partenaires du commerce spécialisé. Leurs avis sont pris en compte dans le développement des produits, poursuit Stefan Nünlist. Le Computing Category Manager de HP explique les bonnes notes obtenues lors de l'enquête réalisée séparément sur la satisfaction relative au support par le fait que «la formation intensive est clairement payante pour un grand nombre de collaborateurs du support».

Toutefois, il ne faut pas oublier, ajoute-t-il, que dans de nombreux cas, «le support après la conclusion du contrat n'est pas fourni directement par HP en tant que fabricant, mais par le biais du commerce spécialisé», ce qui n'a pas été pris en compte dans ce sondage. Par conséquent, l'étude «ne refléterait qu'une partie de notre vision du marché, que nous tirons de nos propres observations et études ainsi que des commentaires directs de nos clients et partenaires», note Stefan Nünlist.

Logiciels: SAP devant Abacus

Évaluation: fournisseurs de logiciels

Après des années, SAP a réussi à rattraper son retard aux yeux des clients et à passer devant Abacus. VMware, lauréat du prix de la qualité, consolide sa position de leader.



Source: étude de satisfaction 2019 de

Les fournisseurs de logiciels critiquent également le sondage: le fabricant de logiciels saint-gallois Abacus, qui a remporté le test de l'an dernier haut la main avec 71 points, s'est fait devancer cette année par SAP, dernier du classement l'année dernière, avec 57 points. Le géant international du logiciel avait obtenu seulement 54 points en 2018; cette fois, il a enregistré 63 points.

Selon Martin Riedener, membre de la direction d'Abacus, il est impossible que les résultats en termes d'expertise du secteur, par exemple, passent d'une valeur maximale de 73 à seulement 55 points d'une année à l'autre. «L'expertise du secteur ne s'acquiert qu'au bout de nombreuses années, affirme-t-il, et elles ne se perdent pas en une année». De plus, il est «discutable pour Abacus d'inclure dans le même sondage des produits tels qu'Adobe et VMware qui ne peuvent être comparés à Abacus». En outre, Martin Riedener a ajouté que pour SAP et Microsoft, il n'était pas évident de distinguer lesquels de leurs produits avaient été évalués.



“Branchen-Know-how kann nur innerhalb vieler Jahre aufgebaut werden,“

Martin Riedener, Abacus Research

Il se demande ensuite si les sondages récurrents réalisés selon le même schéma ne finissent pas par perdre tout leur sens. «Si 0,3 % des 4000 clients d’Abacus ont participé à ce sondage, c’est plus qu’arbitraire et les résultats ne sont certainement pas représentatifs», critique Martin Riedener.

Sans surprise, SAP Suisse exprime une opinion complètement différente sur les résultats du sondage. Simon Hammer, membre de l’équipe de direction de SAP Suisse et responsable des activités avec les PME chez le fabricant de logiciels, se réjouit que l’entreprise ait cette fois obtenu les meilleurs résultats dans quatre catégories: «Nous plaçons le client au centre de nos activités et nous l’écoutons. Cette attitude est payante», affirme-t-il.



“Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt, hören zu. Das zahlt sich aus,”

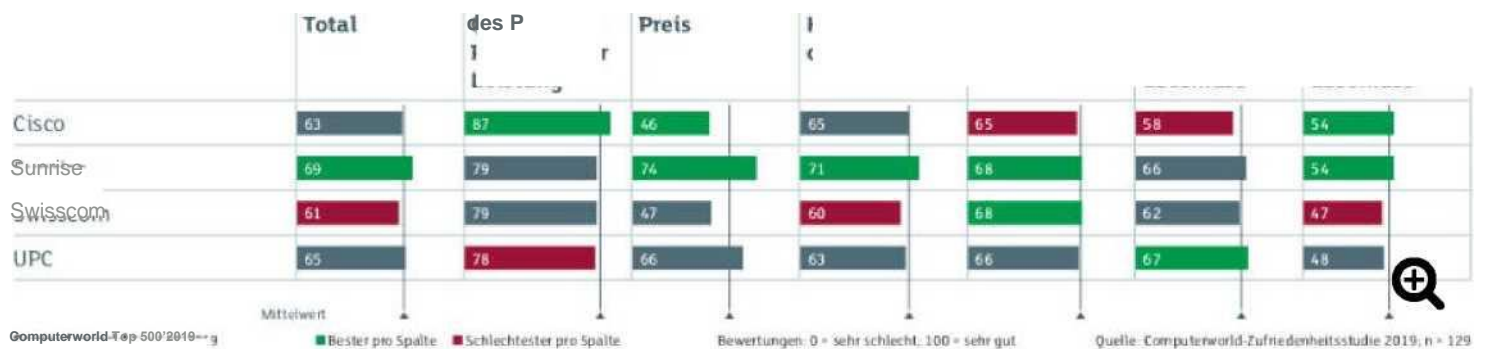
Simon Hammer, SAP

L'excellente performance du vainqueur du groupe dans les domaines de la satisfaction clientèle et de l'expertise du secteur est particulièrement réjouissante. Si l'on tient également compte du fait que «la majorité des personnes interrogées sont des entreprises de taille moyenne, cela reflète ce que nous savons depuis longtemps: les petites et moyennes entreprises sont des moteurs d'innovation. Elles ont besoin d'un partenaire solide.»

Fournisseurs et réseau: les entreprises aiment Sunrise

Évaluation: fournisseurs de services télécom, Internet et réseau

Sunrise brille particulièrement cette année. La société de télécommunications marque des points auprès de ses clients B2B en particulier en matière de service à la clientèle et de support.



Source: étude de satisfaction 2019 de

Les fournisseurs de services télécom, Internet et réseau suscitent également la satisfaction générale. Robert Wigger, Chief Business Officer chez Sunrise, explique cette nouvelle première place dans l'étude de satisfaction par la «mise en œuvre depuis des années d'une stratégie simple: le meilleur réseau, des solutions et services innovants ainsi qu'un service clients exceptionnel».

Les clients commerciaux apprécient l'accent mis sur le cœur de métier avec des solutions télécoms ainsi que le «large écosystème de partenaires pour des solutions intégrées telles que l'Unlimited Mobile Workplace», ajoute-t-il. En revanche, il est plutôt mécontent du résultat obtenu en matière de support. «Il semble que nous ne parvenions pas toujours à mettre l'accent sur le service et la qualité dans ce domaine.»



«Le conseil et le support de nos clients ont toujours la priorité absolue.»

Robert Wigger, Sunrise

Ce sont des «tâches que nous exécuterons encore mieux à l'avenir», annonce Robert Wigger. Et d'ajouter: «Quiconque arrête de s'améliorer, a arrêté d'être bon. Nous améliorons constamment notre réseau, nos offres et nos processus, de sorte que nos services continuent à gagner en qualité dans tous les domaines. Le conseil aux clients et le support sont toujours d'une importance capitale.»

En tout état de cause, les résultats de l'entreprise et l'acquisition de clients commerciaux tels que Nestlé, La Poste Suisse, Axpo, P&G, Swiss International Airlines et d'autres, ainsi que d'autres notations montrent que Sunrise n'occupe pas sans raison la première place.

Swisscom marque des points grâce à son expertise du secteur

Chez Swisscom, qui caracole en tête, la réaction est en revanche plus mesurée. Et ce, bien que les entreprises utilisatrices de Swisscom lui aient attribué, cette année encore, de bonnes et très bonnes notes pour

la qualité de ses produits et services, ainsi que pour son expertise du secteur.

Les notes les plus élevées dans quatre des six catégories relatives au support méritent également d'être soulignées. «Le sondage est très général et ne précise pas quels services ou produits les clients achètent auprès des fournisseurs comparés», explique Urs Lehner, responsable Enterprise Customers chez Swisscom. Les résultats seraient donc difficiles à comparer et avec un nombre de base de 129 participants, le sondage n'aurait qu'une signification limitée.



«Les entreprises clientes apprécient leurs personnes de contact et le suivi, considèrent Swisscom comme un opérateur fiable et apprécient le large portefeuille ainsi que la

performance globale»

Urs Lehner, Swisscom

D'autant plus que des dizaines de produits différents sont proposés à la clientèle commerciale, dont certains sont très spécifiques au client et/ou au secteur et complexes. «Les clients utilisant les services d'externalisation intégrale, par exemple, ont des besoins et des attentes complètement différents de ceux des clients qui achètent des services isolés», explique Urs Lehner. Ce sont ces points, ainsi que d'autres, qui rendent la comparaison avec d'autres fournisseurs plus difficile. Les sondages peuvent donc «donner lieu à des distorsions, tant à la baisse qu'à la hausse».

Cela dit, la majorité des entreprises clientes sont satisfaites, souligne Urs Lehner: «Elles apprécient leurs personnes de contact et le suivi, considèrent Swisscom comme un opérateur fiable et apprécient le large portefeuille ainsi que la performance globale.» En tout cas, ce sont ces facteurs qui, selon nos propres sondages, contribuent à la satisfaction des clients. Cela vaut d'ailleurs aussi pour le marché des PME, où «la satisfaction et la recommandation sont stables et à un niveau élevé».

Les partenaires Cisco créent la qualité

Roman Schmid se réjouit des bons résultats et du «score élevé de la qualité et du support, qui sont mutuellement bénéfiques». Chez Cisco Suisse, il est responsable de l'organisation des partenaires et des activités avec les PME. Il est convaincu que «le renouvellement complet de notre portefeuille et notre recherche de la meilleure qualité possible» ont un impact. Et il souligne également l'importance des «partenaires locaux et des EcoPartenaires» dans le commerce spécialisé, qui apportent aux entreprises des solutions de grande qualité.

L'entreprise leur doit ses bonnes notes «autant qu'à nos ingénieurs et développeurs». Le fait que Cisco n'obtienne pas d'aussi bons résultats en matière de prix s'explique par le fait que la technologie de pointe n'est pas disponible à prix bas: «Bien que le prix d'achat soit perçu comme élevé, nos produits ont souvent une longue durée de vie et sont rapidement amortis dans les comptes», minimise-t-il.



*“Wir ermitteln mit Big Data und KI, wo unseren Kunden der Schuh drückt,
«Nous utilisons les mégadonnées et l’intelligence
artificielle pour déterminer où le bât blesse chez nos
clients»*

Roman Schmid, Cisco

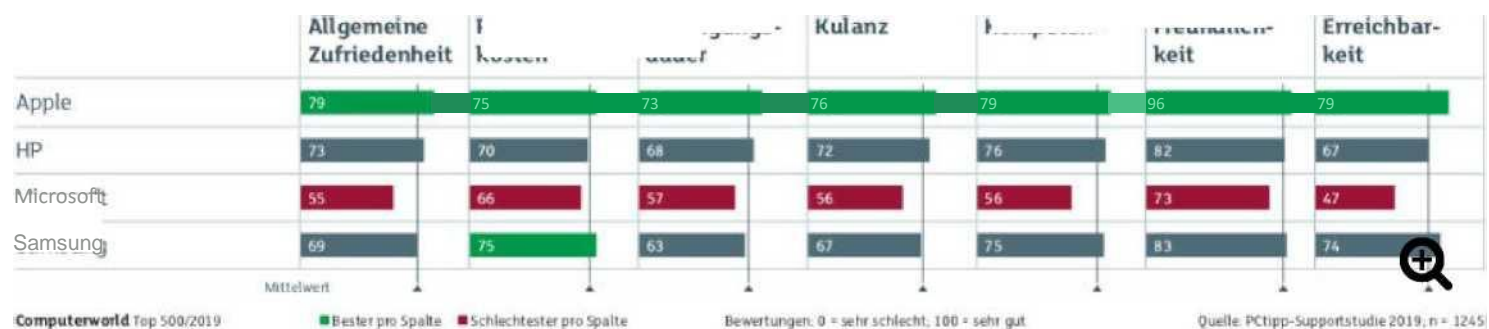
Il est également important de savoir que «le conseil classique n’est guère une question centrale pour un fournisseur de solutions réseau qui n’est pas axé sur des secteurs spécifiques». C’est pourquoi nous sommes «d’autant plus fiers de notre réseau suisse de partenaires, qui conseille nos clients sur la manière dont ils peuvent utiliser parfaitement notre technologie dans leur environnement TIC pour améliorer leurs processus

commerciaux, se protéger contre les attaques et prendre des décisions commerciales efficaces avec de meilleures données.

Roman Schmid déclare aussi que «Cisco se sent évalué de manière réaliste». Mais malgré les bons résultats, on n'est jamais entièrement satisfait, ajoute-t-il, «car c'est ce qui nous permet d'offrir une qualité encore meilleure». C'est l'une des raisons pour lesquelles «nous utilisons les mégadonnées et l'intelligence artificielle pour déterminer où le bât blesse chez nos clients». De plus, on permet aux «partenaires de distribution d'avoir continuellement une longueur d'avance sur les développements technologiques».

Étude sur le support de PCTipp: le prix n'est pas le seul facteur déterminant dans le commerce spécialisé

Satisfaction relative au support: fabricants



Source: étude de satisfaction 2019 de

En complément de l'étude de satisfaction de Computerworld, nous présentons les résultats de l'étude sur le support réalisée par nos consœurs et confrères du magazine PCTipp. Ses lecteurs ont évalué la qualité du support des fabricants et revendeurs locaux d'ordinateurs ainsi que des entreprises de télécommunications entre le 6 février et le 6 mars de cette année.

Cette étude était donc basée sur les données d'un peu plus de 1200 lectrices et lecteurs de PCTipp qui avaient eu besoin de support au cours des 12 derniers mois. Les participants devaient classer les prestations de services des fabricants, des revendeurs spécialisés et des sociétés de télécommunications dans sept catégories: résolution de problèmes, coûts de support, durée du support, gestes commerciaux, compétence, amabilité et disponibilité. Les personnes sondées ont pu donner des notes de 1 (mauvais) à 5 (très bon).

Satisfaction relative au support: opérateurs de télécommunications

Les équipes de service de Sunrise et Swisscom marquent des points auprès des clients B2C pour leur amabilité et leur disponibilité.



Source: étude de satisfaction 2019 de Computerworld

Là encore, le support offert dans le secteur des TIC a présenté un tableau réjouissant. La note 3 (correct) n'a été attribuée que dans quelques cas, alors que la performance de la plupart des fabricants, revendeurs

spécialisés et sociétés de télécommunications a été jugée «bonne» à «très bonne».

Il est toujours possible de faire mieux

Si Brack est pour la septième fois consécutive le leader incontesté parmi les revendeurs spécialisés, c'est grâce «à l'engagement indéfectible de nos équipes du service client et des ventes B2B», explique Daniel Rei, responsable de la communication chez Brack. Elles se sont «engagées à s'améliorer en permanence». Parce qu'il est toujours possible de faire mieux, ajoute-t-il. Quiconque se «repose sur ses lauriers risque d'être dépassé par la concurrence, nationale et internationale».



«Notre position de leader est due à l'engagement indéfectible de nos équipes du service client et des ventes B2B»

Daniel Rei, brack.ch

Ce n'est manifestement pas seulement du marketing, car Daniel Rei explique leur longueur d'avance claire sur la concurrence par le fait que les résultats détaillés d'études telles que le présent sondage, ses propres enquêtes et avis clients, sont pour l'entreprise l'occasion d'«optimiser constamment des aspects moins bien évalués».

Chez Digitec, où l'équipe de support a de nouveau reçu des notes élevées dans toutes les catégories, derrière Brack, on fait d'abord référence à la situation particulière. Comme l'entreprise croît beaucoup plus vite que le marché, il en résulte une hausse disproportionnée du nombre d'e-mails et d'appels des clients. Malgré le «défi pour tenir le rythme, nous nous réjouissons d'avoir obtenu de si bons résultats», résume Rico Schüpbach, PR Manager.



“Schweizer Händler heben sich auch durch den Support von der ausländischen Konkurrenz ab,,

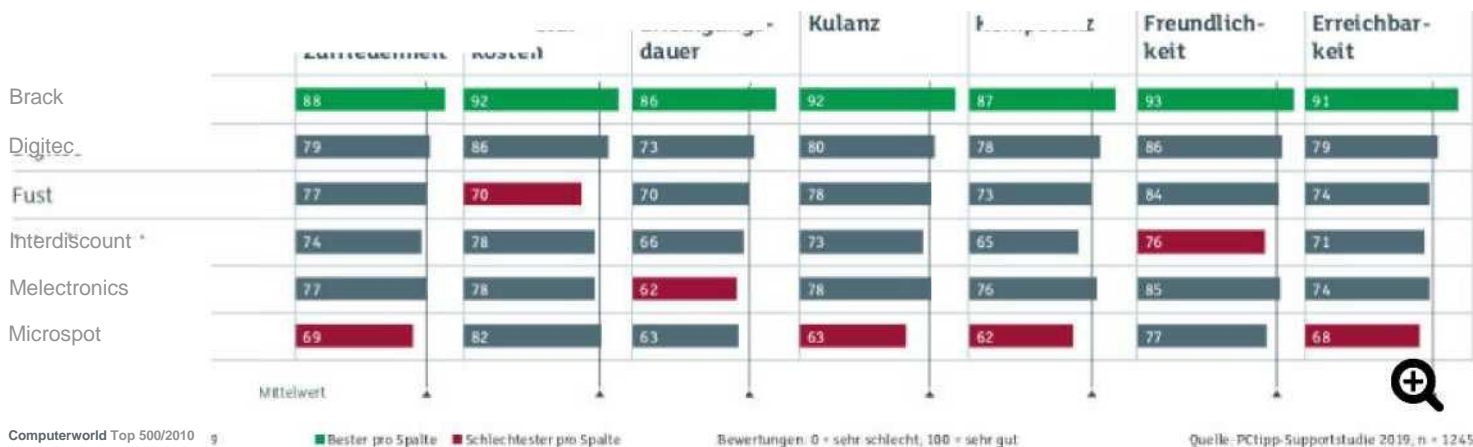
«Les revendeurs suisses se distinguent également de leurs concurrents étrangers en matière de support»

Rico Schüpbach, Digitec

Le fait que l'entreprise ait gagné des points également en matière de prix montre l'importance de ce facteur pour la satisfaction clientèle, même si Digitec ne se positionne pas principalement sur le marché par le prix, poursuit-il. Il est essentiel que «nos clients aient chez nous une expérience d'achat simple, efficace, et à des prix toujours bas».

Satisfaction relative au support: revendeurs

Cette année, personne n'est passé devant Brack. Le revendeur en ligne convainc les clients dans toutes les disciplines



Source: étude de satisfaction 2019 de

Un bon service clients est également important: «Les revendeurs suisses se distinguent également de leurs concurrents étrangers en matière de support.» De plus, un bon service est rentabilisé par la fidélité de la clientèle. Afin de maintenir la haute qualité du support, la satisfaction clientèle est constamment analysée pour savoir où le bât blesse, souligne Rico Schüpbach avant d'ajouter: «Nous travaillons de manière autocritique sur ces points». Car Digitec sait également que l'on peut toujours faire mieux. «Nous mettons les gaz pour tenir le rythme et anticiper les développements les plus pertinents», déclare Rico Schüpbach de Digitec.

AUTEUR

Volker Richert

est un journaliste zurichois spécialisé en économie et en technologie.

www.richertmedia.ch

Vous trouverez la source avec l'article original et toutes les photos sur:

<https://www.computerworld.ch/business/ict-analytics/feedback-runde-1751378.html>



Auteur(e)
Volker Richert

